

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana merancang komunikasi visual *corporate identity* sebagai media promosi untuk Aldy Hair studio and Make Up Surabaya. Dari rumusan masalah yang ada, analisis data yang telah dilakukan, maka kesimpulannya sebagai berikut:

1. Berdasarkan Penelitian Perancangan Komunikasi Visual Corporate Identity sebagai media promosi untuk Aldy Hair studio and Make Up yaitu dengan membuat identitas perusahaan yang baru dengan media promosi *below the line* sehingga dapat memudahkan pengenalan pada masyarakat.
2. Dari hasil perancangan didapatkan hasil untuk mengkomunikasikan media promosi secara visual berupa sarana komunikasi visual berupa: Brosur, Exbanner, Portofolio, Kartu Nama, Amplop, Korpsurat, serta *Merchandise* berupa: Kaos, Tas, pin, stiker.

5.2 Saran

Beberapa saran yang dapat diberikan untuk pengembangan lebih lanjut adalah sebagai berikut:

1. Sarana komunikasi visual yang telah dirancang diharapkan agar dapat segera diaplikasikan sehingga dapat terlihat hasil yang nyata.

2. Berdasarkan analisa yang dilakukan, produk dan layanan yang lain masih belum memiliki media promosi yang berfokus pada produk dan layanan masing-masing. Diharapkan untuk pengembangannya dirancang sarana media promosi yang berfokus pada produk dan layanan masing-masing.
3. Diharapkan untuk pengembangannya, akan dilakukan audit terhadap respon sarana komunikasi visual yang telah dibuat guna memastikan hasil penerimaan di masyarakat.